estudos semióticos
http://www.revistas.usp.br/esse

issn 1980-4016
semestral

julho de 2016

vol. 12, n. 1
p. 36-41

Corpo e figurino na construção da imagem de Michelle Melo[•]

Amilcar Almeida Bezerra (UFPE)[*]
Daniela Nery Bracchi (UFPE)[**]
Fabiana Moraes (UFPE)[***]
Amanda Danielle de Lima Silva (UFPE) [****]

Resumo: Este artigo tem como objetivo identificar quais sentidos são produzidos, negociados e tensionados na performance pop da cantora Michelle Melo, mais especificamente na construção de sua imagem por meio do corpo e do figurino. Conhecida no cenário brega-pop dos subúrbios recifenses, Michelle agencia múltiplas referências na construção de uma imagem pública de força e sensualidade para seu público consumidor, tornando-se personagem emblemática a ilustrar dilemas próprios às condições de vida e aos anseios de sua camada social.

Palavras-chave: moda, corpo, figurino, brega-pop.

Introdução

Michelle Melo é uma cantora pernambucana do segmento brega-pop. Sua carreira musical teve início aos 14 anos de idade, interpretando um repertório de música popular brasileira em barzinhos nas noites pernambucanas. Em seguida, tornou-se vocalista de bandas brega-pop e hoje, aos 34 anos, desfruta do status de celebridade local. Várias reportagens, como a de Simões (2013), para o jornal *Diário de Pernambuco*, afirmam que Michelle possui o título de Madonna do brega recifense e rainha do brega.

O brega pop é um estilo resultante de hibridismos estéticos, musicais e comportamentais gerados em bairros populares recifenses entre os anos 1990 e os anos 2000, a partir de influências do brega paraense e do brega tradicional. Aborda temas ligados ao cotidiano, com ênfase em relacionamentos amorosos e conflitos afetivos, e se expressa na utilização de recursos como figurino, coreografia, cenários e iluminação integrados à performance musical, características advindas da cultura pop global, transportadas para a periferia e recobertas de uma sensibilidade local. (Fontanella, 2005)

A imagem de Michelle Melo como símbolo do brega-pop local começa a ser disseminada nos anos 2000 em programas de auditório vespertinos realizados por emissoras de TV locais. Nesse início de carreira, mostrar o corpo se configurava como um elemento essencial para a encenação da sensualidade já presente nas letras das músicas. Pode-se ver abaixo, o figurino que Michelle usava em suas primeiras apresentações no programa local *Tribuna Show*.

Figura 1: Figurino de Michelle Melo em 2004.

Na mesma época, também as rádios comunitárias e comerciais desempenharam importante função na popularização do brega pop em geral e da Banda Metade, em particular, da qual era vocalista.

Em 2006, apresentou-se em rede nacional, no programa Central da Periferia, da TV Globo, o que lhe rendeu ampla visibilidade e convites para shows

[•] DOI: 10.11606/issn.1980-4016.esse.2016.120535

[*] Doutor em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense, professor adjunto do Núcleo de Design e Comunicação do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco. Endereço de e-mail: amilcarbz@hotmail.com

[**] Doutora em Semiótica pela Universidade de São Paulo, professora adjunta do Núcleo de Design e Comunicação do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco. Endereço de e-mail: bracchi@gmail.com

[***] Doutora em Sociologia pela Universidade Federal de Pernambuco, professora adjunta do Núcleo de Design e Comunicação do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco. Endereço de e-mail: fabimoraes@gmail.com

[****] Bacharel em Design do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco.. Endereço de e-mail: amandadelimaa@gmail.com.

fora do país. Depois de um período em carreira solo, Michelle retornou à Banda Metade em 2010, na qual permanece atualmente e contabiliza mais de cinco CDs gravados e um DVD lançado em 2011, com sucessos da banda e outras músicas já consagradas entre o público bregueiro recifense.

Michelle se define como uma cantora de brega romântico. Consciente da polissemia do termo “brega”, faz uma distinção clara entre o “brega” como movimento periférico e o brega como estilo associado ao excesso e ao mau gosto. “Brega não é um estilo, é um movimento” (Melo, 2014), afirma.

Ancorado num contexto macroeconômico de ascensão das classes populares ao consumo e na popularização das tecnologias de reprodução e distribuição de conteúdo musical, o movimento brega-pop recifense expressa uma sensibilidade específica que, apesar de endossar alguns padrões hegemônicos, se contrapõe a outros, desestabilizando certas hierarquias estéticas.

Neste artigo, partimos de um mapeamento das referências estéticas utilizadas pela cantora e procuramos identificar tensões e contradições implicadas na construção de sua imagem por meio do figurino. As idealizações projetadas nas grandes divas *pop* são elementos definidores para as escolhas estéticas da cantora que, em seguida, recria essas referências dentro das condições simbólicas e materiais de seu contexto local. Há sempre deslocamentos de sentido implicados nas apropriações de referências estéticas globalmente consagradas em diferentes contextos. Nestes processos, os significados se tensionam entre as projeções subjetivas que motivam a apropriação desses elementos e a sua adaptação a um universo de referências materiais e simbólicas locais. Além disso, descobrimos ao longo do trajeto que as conexões da artista com a internet funcionam como importantes elementos tanto para o processo criativo do figurino como para a legitimação da imagem da artista diante dos fãs.

Identificamos, também, fortes marcas autorais em seu trabalho na medida em que a artista participa de todas as etapas de produção de seu próprio figurino, cuidando para que ele seja um elemento integrado à sua performance musical e coreográfica. O corpo da cantora, elemento tão importante quanto a voz em sua performance, também revela contradições inerentes à apropriação de uma estética pop mainstream num meio social distanciado dos grandes polos de produção cultural e midiática, mergulhado em precárias condições materiais.

Para desenvolvermos este trabalho, além de uma pesquisa bibliográfica e documental sobre o brega-pop recifense, foi realizada uma entrevista em profundidade com a cantora Michelle Melo e um acompanhamento de postagens e comentários em sua fanpage no Facebook.

1. O figurino de Michelle Melo

Em depoimento à pesquisadora Amanda Silva (Melo, 2014), Michelle Melo alega fazer uso do figurino de palco como recurso simbólico para separar o seu personagem de palco da postura que assume em sua vida particular. No espetáculo, cria uma persona idealizada, diferente do que é no cotidiano.

As conotações sexuais perceptíveis nas letras das músicas e em sua performance funcionam como significantes ambíguos, levando a cantora ora a assumir uma atitude de empoderamento pela via da performance sensual, ora a colocar-se como objeto passivo frente ao desejo do outro. Tal ambiguidade é enfatizada simbolicamente pelas vestes que a cantora utiliza e é reafirmada em seu discurso.

Os figurinos de Michelle sofreram modificações estéticas ao longo de sua carreira. A artista classifica isso como uma transição do “vulgar para o sexy”, que a motivou a adotar formas plásticas mais conservadoras. Essa transformação também coincide com o momento em que ela assume as rédeas de sua carreira e passa a desfrutar de mais autonomia na escolha do figurino de palco. Porém, acontecimentos em sua vida pessoal, como o casamento e a adesão à religião evangélica, na mesma época da transição, sugerem outras motivações para essas mudanças. As formas do corpo, contudo, são ainda ressaltadas por cores, estampas e outros elementos que transportam traços simbólicos sensuais, como relata a própria cantora: “Aí o que é que a gente faz, a gente tenta incrementar, no macacão a gente coloca muita cor, pra chamar a atenção... Junto do sapato... Com a estampa do macacão...” (Melo, 2014).

O figurino é um dos elementos centrais na construção dessa performance corporal que encena a identidade feminina no brega. Mesmo quando mais compostas, as roupas de Michelle se ajustam ao corpo de modo a ressaltar seus contornos. A indumentária que expõe e ressalta a sensualidade corporal em trajes sumários é interpretada, em muitos casos, não como expressão de uma postura feminina autônoma rumo à satisfação do próprio desejo, mas como uma mercantilização do próprio corpo para satisfazer o desejo de um “outro” masculino (Moura, 2005).

Contudo, a leitura que Michelle faz é bem diferente. Ao fazer referência à imagem construída perante seu público, ela afirma que deseja transmitir conceitos como “força” e “sensualidade”. Para isso, busca na apropriação de referências da cultura pop global as marcas estéticas que vão compor a sua construção ideal de si para o outro.

Evidentemente, as distintas significações que a indumentária assume não residem no figurino em si, mas nos diferentes sentidos que os diversos segmentos de consumidores projetam tanto na aparência quanto no lugar social de quem a ostenta. Michele, como citamos acima, não quer ser rotulada como "brega", ainda que sua estética possa ser classificada como tal por determinados segmentos sociais hegemônicos. Todavia, "brega" ou não, ela se constitui como referência de imagem de moda para seu público.

É importante ainda ressaltar que Michelle participa ativamente de todas as etapas de confecção de seu figurino, aí incluídas a pesquisa de referências, compra de materiais, moulage e confecção, o que lhe atribui importante papel na autoria de sua própria imagem.

O primeiro estágio de criação corresponde à pesquisa por referências advindas das "divas" da cultura pop e seus figurinos, sobretudo utilizados em apresentações ao vivo e videoclipes. Artistas como: Beyoncé, Britney Spears, Madonna e Jennifer Lopes são algumas das várias cantoras que utilizam figurinos semelhantes em épocas próximas e que atuam como inspirações imagéticas, às quais Michelle busca se assemelhar. Entrando em contato com essas artistas por meio da internet, em acesso rápido, via celular, por meio de redes sociais e plataformas online, a cantora se insere dentro de um processo de adoção de moda denominado de trickle-down ou gotejamento (Rogers, 2003). Neste processo, os modelos consagrados midiaticamente servem como referência para que camadas sociais mais afastadas dos centros econômicos, culturais e midiáticos tentem emular sua aparência. Neste modo de difusão, os personagens populares na mídia funcionam como displays de tendências de moda a serem consumidas por grupos sociais que estariam mais abaixo dessa camada social.

Desta forma, as artistas internacionais expostas nos meios de comunicação de massa são "mitos-modelo" para Michelle, que tenta assemelhar-se a elas adotando signos em seus figurinos que a aproximem dessas referências.

Nas lojas populares do centro do Recife, Michelle adquire os tecidos que lhe permitem realizar sua releitura da aparência das estrelas. Em seguida, supervisiona as fases de confeccção, moulage e aproveita sobras de tecido para revestir sapatos.

Na última fase do ciclo, uma espécie de pós-produção, Michelle utiliza o Facebook como ferramenta para legitimar sua imagem perante o público. Dentro do grupo de fãs, a artista posta fotos em primeira mão de seus looks, que são imediatamente aprovados pelos seguidores com curtidas e comentários positivos.

Figura 4: Imagem de figurino na página do *Facebook* da Banda Metade (Fonte: https://www.facebook.com/526880897360381/photos/t.100001996943121/699146860133783/? type=3&theate), 2014.

É importante destacar que o figurino acima foi produzido por uma fã e presenteado à cantora. Percebe-se, portanto, que o público realiza uma leitura da identidade da artista, sugerindo novos significados que foram gerados a partir de uma interação participativa. O grau de interação atinge seu ápice quando a cantora veste o figurino confeccionado pela fã e o divulga nas redes sociais, demostrando uma forte conexão entre a imagem

proposta por ela e a identidade interpretada pelo público.

2. O corpo de Michelle Melo

A roupa justa e colorida da artista ressalta seu maior capital como cantora de brega: o corpo (tão ou mais importante, em vários casos, quanto a própria voz). Nesse sentido, é interessante notar que, se há uma aproximação entre as vestes da celebridade Michelle e da celebridade Beyoncé, por exemplo, o mesmo não acontece em relação ao corpo. Enquanto a cantora norte-americana é uma das traduções da hipercorreção corporal da mulher celebridade (perdendo 30 quilos nos últimos 10 anos, hoje possui cerca de 62 quilos, propagando ao mundo sua dieta de sucesso), Michelle Melo mostra uma aparência que fissura os códigos hegemônicos associados ao corpo da mulher famosa. A cantora pesa 72 quilos, algo raríssimo entre protagonistas da visibilidade do sexo feminino. É claro que seu público, a maior parte localizado nas camadas populares, é fundamental para essa maneira de se apresentar. Vale, aqui, pensar que há um "modo estético feminino" de maior privilégio entre os fãs do brega: o corpo mais curvilíneo, bumbum grande, seios fartos, coxas grossas são importantes marcadores (enquanto, para uma camada mais jovem, transclassista e bastante atrelada às imagens da moda, a beleza está na magreza que deixa um vácuo entre as coxas – elas jamais devem se tocar).

Sem a vigilância de um sistema maior e mais rigoroso (ao qual Beyoncé está submetida) e com a autorização do mostrar-se curvilínea, vemos Michelle se apresentar ao público exibindo o que seriam "faltas" gravíssimas para a maioria das célebres: celulite, alguma gordura sobre o top apertado, abdômen não "sarado". Se tal aparição poderia provocar a reação negativa do público (como visto em relação a *stars* como Lady Gaga, constantemente patrulhada por suas oscilações no peso), no cosmo específico de celebrificação que Michelle ocupa, o efeito é contrário. Isso fica claro nas suas postagens na rede social Facebook, espaço no qual ela "testa" os modelitos que irá apresentar, como já visto aqui. Nos comentários que se seguem a cada postagem circulam palavras como "musa", "maravilhosa", "linda galega", "perfeita".

O fato de exibir um corpo que a distancia das celebridades cujas roupas lhe servem de inspiração não significa, para Michelle Melo, um distanciamento das regras e imposições relacionadas à alimentação – à ideia de uma alimentação correta, mais especificamente. Em uma entrevista concedida aos alunos de uma universidade particular recifense, ela conta:

> Um dia de show é um dia comum como outro qualquer. Acordo às 7h, preparo meu café da manhã e o da minha filha. Tenho uma dieta bem saudável e já acostumo minha pequena da mesma maneira. Faço uma mesa farta com frutas, queijo, leite, suco e pães integrais. Eu tenho uma alimentação balanceada, primeiro porque eu preciso estar em forma, pois minha profissão exige isso de mim; segundo que é importante se alimentar bem para não ficar doente. Depois que como, levo minha filha para a escola e volto para ensaiar o show que vai acontecer à noite. Na hora do almoço já tenho uma ajudante na cozinha, preparando a refeição. Coloco na mesa arroz integral, peito de frango grelhado, uma bandeja de salada, frutas e suco. Nada de gordura nem de refrigerante, só em ocasiões especiais. (Melo, in: Cultura Brega, 2010)

O fato é que Michelle, assim como tantas de suas seguidoras, também precisa fazer parte de um padrão apropriado ao "ser célebre" ("minha profissão exige isso de mim"). Entendendo os diferentes graus e alcances das famosas, percebe-se que as exigências e críticas são maiores para esta população de alta visibilidade midiática – e, por consequência, parte dessa exigência é transferida para as próprias fãs. A questão é que, igualmente pressionadas e coagidas, mulheres de classe popular muitas vezes não podem, como aquelas vistas nas camadas médias, acessar os caminhos que levam até o corpo magro, bem torneado e corrigido ou, através de esforços vários, terminam se submetendo aos mesmos processos pelos quais as mulheres destas camadas passam (cirurgia estética, dietas, etc). As imagens desses corpos, seguindo a análise empreendida por Lipovetsky (2007), também são super consumidas por um grupo que tem poucas chances de realmente acessar aquilo que é publicizado. Se Bourdieu (2007, p. 236) aponta, acertadamente, as classes médias como estreitamente ligadas ao simbólico e, por isso, mais propensas a uma preocupação com a aparência (o que torna seu comportamento extremamente tenso, invariavelmente traindo-se pela autocorreção), essa mesma forte ligação ao simbólico pode ser atribuída às mulheres de classes populares que, semana após semana, vão até o salão de beleza, muitas vezes deixando no local quase metade do salário e chegando a esperar durante horas pelo atendimento.

Se o teórico francês aponta que a obsessão pela aparência, entre as classes médias, está conectada à pretensão (ao blefe, à vontade de parecer, mesmo sem ser), a parcela das classes populares ouvidas nesta pesquisa investe boa parte de tempo e dinheiro antes de tudo por uma vontade de comungar com um código geral, compartilhado, aquele no qual o que é considerado "boa aparência" dita os códigos (cabelos alisados, corpo emagrecido).

É claro que as classes mais altas têm mais acessos aos recursos que constroem o corpo ideal, mas ele não deixa de se aproximar do corpo desejado

pelas mulheres de classes populares. Em uma pesquisa realizada em salões de beleza localizados em bairros populares de Recife (Moraes, 2011), mulheres que liam constantemente a revista *Caras*, quando questionadas sobre qual a razão de investirem na beleza, declararam a dupla necessidade de "estar bem" consigo mesmas, e, mais ainda, de apresentarem-se bem para o olhar do outro. Várias delas estavam, naquele momento, desempregadas, outras ocupando postos de trabalho de baixo prestígio (manicure, auxiliares em escritórios).

Assim, observamos que não só a elite e a classe média reconhecem a atitude legítima e a conformação (Bourdieu, 2007, p.195) do padrão estético – ambas as classes equipadas de maneira desigual para realizar tal empresa. Junta-se a essa corrida uma classe popular que compartilha de maneira inédita os símbolos desse mesmo padrão, com a chance, cada vez mais disponível, de acessá-los, seja através do crédito, seja mesmo através de manobras não legalizadas.

Essa ancoragem legitimatória que as classes populares fazem no corpo corrigido das elites através de produtos midiáticos também pode ser exemplificada a partir do trabalho etnográfico realizado por Barros (2007), que estudou grupos de empregadas domésticas no Rio de Janeiro: suas relações com novelas e a interação com as patroas serviram como fio condutor para uma abordagem na qual o consumo é um dos aspectos privilegiados. Os primeiros *insights* da análise etnográfica (apresentados em 2005) mostraram, como já havia sido demonstrado por Almeida (2003, apud Barros, 2007), na intensa imersão na sociedade de consumo proporcionada pelas novelas, um aprendizado que habilita o espectador a perceber quais produtos aparecem dentro de determinados contextos sociais – e quais pessoas específicas podem utilizá-los. Dentro desse aprendizado também está a assimilação dos padrões estéticos valorizados por alguns programas, como aponta a autora:

> A filha de Marlene, ao assistir Malhação, perguntou o que a patroa come, e passou a pedir iogurte light e pão integral. A mãe diz que essas comidas de dieta são muito caras. As informantes – com exceção das evangélicas, que não explicitaram esse tipo de preocupação com a estética corporal – e suas filhas procuram de alguma forma se adequar ao modelo de "magreza" veiculado em parte da programação, o que não impede que haja alguma admiração com esse mesmo padrão. A filha de 8 anos de Marta, ao mesmo tempo em que fala: "mãe, você relaxou, tá gordinha"' ou "quando eu crescer não vou querer ter pneuzinho, não", pergunta, em outro momento, "nunca uma gorda vai ganhar o Big Brother Brasil?" (Barros, 2007, p.10)

Também analisando a mídia, consumo e trabalhadoras domésticas, Jordão (2009) identificou, entre as 31 mulheres entrevistadas, que um número expressivo delas (76%) gostaria de mudar a aparência, com 86,3% do total assumindo que fariam mudanças em seus corpos, se pudessem. Um dos aspectos mais interessantes na pesquisa da autora é a forte adesão das empregadas domésticas à moda utilizada por atrizes como Juliana Paes, Cláudia Raia (atrizes globais), Gisele Bündchen (modelo), Ana Hickmann (apresentadora), Adriane Galisteu (apresentadora de TV) Angélica (apresentadora de TV) e Vera Fischer (atriz), nomes mais lembrados quando a pesquisadora questionou as trabalhadoras sobre quais modelos de beleza e estilo elas seguiam. Neste sentido, chama atenção a forte presença de modelos e ex-modelos (Gisele Bündchen, Ana Hickmann e Adriane Galisteu), donas de corpos mais emagrecidos do que as atrizes, já comuns entre a preferência popular no quesito beleza.

3. Considerações finais

Identificamos em Michelle Melo uma marca autoral que permeia todas as fases do processo de construção de sua imagem. Consciente da complementariedade entre música, letra, coreografia e roupa, a artista participa de todas as etapas da criação do figurino de palco e assim garante uma forte interação deste com os outros elementos da performance.

Michelle se apropria, via telefone celular, da aparência de "mitos-modelo" da cultura pop, reproduzindo-os conforme as limitações e possibilidades materiais e simbólicas inscritas em seu contexto sócio-cultural, num processo de adoção de moda já denominado trickle-down. Esse movimento está ajustado a uma lógica dominante do capitalismo tardio, na qual as projeções e identificações do público com celebridades midiáticas servem à mobilização de processos contemporâneos de consumo simbólico em massa. Michelle é ao mesmo tempo fã das grandes divas e diva para seus próprios fãs. A internet e as redes sociais desempenham importantes funções nas duas extremidades do processo, tanto para a pesquisa de referências estéticas e simbólicas a serem ressignificadas na criação quanto para a interação com os fãs, que garante a sanção da imagem construída pela cantora.

Os adornos e figurinos de Michelle Melo, inseridos na performance, condensam em sua aparência significações ambíguas, capazes de mobilizar o desejo de seu público e transformá-la num "mito-modelo" em escala local. Seu corpo, considerado acima do peso para o padrão das celebridades do *mainstream* midiático, não impede que seja considerada símbolo de beleza e

sensualidade por seu público que, no entanto, também é atravessado pelas hierarquias simbólicas do *mainstream*.

Mesmo demonstrando em suas declarações o desejo de se aproximar do corpo-modelo das grandes divas, Michelle acaba, mesmo que involuntariamente, provocando uma fissura nesse padrão hegemônico na medida em que se constitui também em modelo a ser seguido pelas suas fãs. A proximidade, a inscrição no mesmo contexto cultural e a experiência de vivenciar o mesmo corte de classe e as mesmas problemáticas a ele associadas, gera um tipo de empatia e identificação mais difícil de ser estabelecida entre este público e as estrelas globais, imagens comumente mais distanciadas a estimular o desejo e as projeções.

Emular a imagem da grande estrela, recriando sua indumentária com os recursos à mão numa situação de precariedade material, parece ser uma tarefa mais acessível do que moldar o corpo às exigências do padrão hegemônico, o que implicaria em mobilizar recursos materiais e simbólicos menos disponíveis. A familiaridade com os dilemas resultantes dessa situação de aspiração frustrada ao corpo ideal parece funcionar como um móbil a estimular o engajamento afetivo das fãs com Michelle Melo.●

Referências bibliográficas

Barros, Carla. *Trocas, hierarquia e mediação: as dimensões culturais do consumo em um grupo de empregadas domésticas*. Rio de. Janeiro: COPPEAD/UFRJ, 2007.

Bourdieu, Pierre. *A distinção — Crítica social do julgamento.* São Paulo: Edusp. Porto Alegre: Zouk, 2007.

Cultura Brega. *Perfil — Michelle Melo*. 05/12/2010. Disponivel em: http://culturabrega.blogspot.com.br/2010/12/perfil-michelle-melo.html. Acesso em 30/07/2016.

Fontanella, Fernando Israel. *Estética do brega: cultura de consumo e o corpo nas periferias do Recife*. Recife, 2005. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação.

Jordão, Janaína. *Corpo de classe: As relações de trabalhadoras domésticas com mídia, beleza e consumo*. Revista Contracampo, n. 20, 2009. Disponível em http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/5/20. Acesso em julho de 2010.

Lipovestsky, Gilles. *A felicidade paradoxal – ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

Melo, Michelle. Entrevista em profundidade. Entrevistadora: Amanda Danielle de Lima Silva, Caruaru, 2014.

Moraes, Fabiana. *É tu nada, estrela: revista Caras e o consumo da felicidade nos salões de beleza de periferia*. Tese de Doutorado em Sociologia (mimeo). Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2011.

Moura, Diana Barbosa. *Liberação sexual com todas as letras*. Jornal do Comercio, 8 mar. 2005. Disponível em: http://www.nordesteweb.com/not01_0305/ne_not_20050308a.htm. Acesso em: 12 de maio de 2015.

Rogers, Everett. *Diffusion of Innovations*. 5th edition. New York: Free Press, 2003.

Silva, Amanda Danielle de Lima. *Moda Brega Pop: a construção da identidade feminina no figurino de Michelle Melo*. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Design). Universidade Federal de Pernambuco.

Simões, Marina. *Michelle Melo prova que é a verdadeira musa do brega em show nesta sexta*. Diário de Pernambuco, 28/03/2013. Disponível em: http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2013/03/28/internas_viver,431222. Acesso em 30/07/2016.

.

Dados para indexação em língua estrangeira

Bezerra, Amilcar Almeida; Bracchi, Daniela Nery; Moraes, Fabiana; Lima Silva, Amanda Danielle de.
Corps et costumes dans la construction de l'image de Michelle Melo.
Estudos Semióticos, vol. 12, n. 1 (2016)
issn 1980-4016

Abstract: *.L'objet de cet article, qui s'intéresse à la performance pop de la chanteuse Michelle Melo, c'est d'identifier les effets de sens produits, négociés et mis en tension par la façon dont cette vedette de la variété bâtit son image de marque à l'aide de son corps et de sa tenue. Personnalité célèbre dans les milieux populaires, dits "ringards", de la banlieue de Recife dans l'État du Pernambouc, Melo brasse des références hétéroclites dans la construction d'une image publique, respirant la force et la sensualité, qu'apprécient ses admirateurs. Nous montrerons qu'elle s'impose, du même coup, comme un personnage emblématique des problèmes caractérisant les conditions d'existence et les aspirations de sa couche sociale d'origine.*

Keywords: *Mode ; image du corps ; tenue vestimentaire ; variétés.*

Como citar este artigo

Bezerra, Amilcar Almeida (et al.). Corpo e figurino na construção da imagem de Michelle Melo.
Estudos semióticos [*on-line*]. Disponível em: (http://www.revistas.usp.br/esse).
Editores responsáveis: Ivã Carlos Lopes e José Américo Bezerra Saraiva.
Volume 12, Número 1, São Paulo, Julho de 2016, p. 36-41.
DOI: 10.11606/issn.1980-4016.esse.2016.120535.
Acesso em "dia/mês/ano".

Data de recebimento: 22/01/2016
Data de aprovação: 27/05/2016